

**Pomysł Na Miasto (PnM) UrbanLab Gdynia
w obszarze rozwoju społeczeństwa obywatelskiego oraz zwiększania potencjału
społeczności lokalnych do rozwiązywania problemów**

1. TYTUŁ (ok. 100 znaków)

Nazwij swój pomysł – jednym zdaniem spróbuj opowiedzieć o nim.

Pamiętaj, że proponowana mikro innowacja miejska powinna dotyczyć obszaru rozwoju społeczeństwa obywatelskiego oraz zwiększania potencjału społeczności lokalnych do rozwiązywania problemów. Uwaga: Nazwa nie powinna zawierać nazw własnych.

Galeria sztuki w przejściu podziemnym SKM Wzgórze św. Maksymiliana / skwer Plymouth.

2. ESENCJA (ok. 100 słów)

a) O co chodzi w Twoim pomycie – co chcesz zrobić, dlaczego, jaki będzie efekt?

Opisz w maksymalnie 3 zdaniach swój pomysł, tak. Aby był zrozumiały dla innych.

Uwaga! Ten opis będzie pojawiał się zawsze tam i wtedy, gdy będzie mowa o Twoim pomycie.

Część stała – neony z nazwami dzielnic przylegającymi do morza (z planowanym w przyszłości dodaniem pozostałych dzielnic). Dodatkowe, tymczasowe wystawy lokalnych artystów (profesjonalistów oraz chętnych amatorów), malarzy oraz wykonujących inne rodzaje sztuki naściennej, dające im szanse na zaprezentowanie swojej twórczości szerszej publiczności. Artyści wybierani w głosowaniu internetowym przez mieszkańców Gdyni. Dodatkowo – przestrzeń (duże płótno), zmieniane co miesiąc. Wspólne graffiti / obraz – wykonywane przez reprezentantów poszczególnych grup społecznych oraz organizacji (np. pracownicy Urzędu Miasta, młodzież z MDK, kluby seniora).

3. ZASIĘG (ok. 100 słów)

a) Jakiego obszaru i/lub poziomu dotyczy pomysł?

Obszar: (np.) ogólnomiejski, dzielnica (nazwa), osiedle (nazwa / lokalizacja).

Poziom: (np.) lokalna społeczność, klub sąsiedzki, wspólnota mieszkaniowa (obszar/zasięg funkcjonowania).

Obszar interwencji: Gdynia – Śródmieście

Poziom: Wszyscy mieszkańcy Gdyni oraz turyści.

4. KONTEKST (ok. 200 słów)

a) Jak wygląda sytuacja, dla której proponujesz rozwiązanie?

b) Czy opisana przez Ciebie sytuacja ma charakter stały, czy czasowy/powtarzalny?

c) Czy zauważyłaś/-eś potrzebę, która wymaga reakcji? Jaką?

a) Przejścia podziemne są przestrzeniami, które nikomu nie kojarzą się pozytywnie. Pierwsze skojarzenie to ciemna, nieprzyjazna przestrzeń, w której raczej nie spotka nas nic dobrego.

b) Charakter stały.

c) Przejście podziemne przy SKM Wzgórze Maksymiliana jest dużą przestrzenią w centrum miasta, z której musimy korzystać. Uważam, że możemy uczynić ją bezpieczniejszą oraz atrakcyjniejszą poprzez działania artystyczne.

5. INSPIRACJA (ok. 100 słów)

a) Czy problem/potrzeba dotyczy bezpośrednio Ciebie i/lub Twojej społeczności?

b) Czy problem/potrzeba jest dobrze widoczna w całym mieście? Chcesz pomóc?

c) Skąd pomysł na rozwiązanie?

a) Tak, problem dotyczy mnie jako osoby, która regularnie korzysta z przejścia przy SKM Wzgórze oraz społeczności całego miasta.

b) Problem jest dobrze znany wszystkim mieszkańcom miasta.

c) Na świecie jest dużo ciekawych przykładów, wykorzystania nieatrakcyjnych przestrzeni i nadania im nowego życia. Dotyczy to zarówno przejść podziemnych, przestrzeni pod wiaduktami oraz mostami.

Doskonałym przykładem jest bliska nam „Galeria Murali” na osiedlu Zaspą w Gdańsku, która zamieniła dosyć przeciętne osiedle w rozpoznawalny punkt na mapie miasta.

6. **INNOWACJA (ok. 100 słów):**

- Na ile Twój pomysł jest unikalny i innowacyjny?
- Czy był już gdzieś wcześniej wykorzystany? Jeśli tak – gdzie i/lub przez kogo? (np. miasta, społeczności, instytucje, organizacje, etc.)
- Skąd można czerpać doświadczenie we wdrażaniu podobnych rozwiązań?

a) Na świecie jest dużo innych inspirujących przykładów wykorzystania przestrzeni przejść podziemnych oraz przestrzeni „wykluczonych” lub powszechnie źle kojarzonych.

b i c) Podobny pomysł został przedstawiony w budżecie obywatelskim Miasta Gdynia w roku 2019. Nazwa „Galeria fotografii na ścianach przejścia podziemnego SKM Wzgórze św. Maksymiliana - skwer Plymouth (14)”.

Uważam więc, że na tej podstawie można stwierdzić, że mieszkańcy czują potrzebę udoskonalenia i wykorzystania tej konkretnej przestrzeni. Różnica między projektami polega na tym, że projekt galerii fotografii nie zakładał stałego uczestnictwa społeczności lokalnej. W przedstawionym pomysłe ważne jest, aby mieszkańcy miasta współtworzyli i współdecydowali o tym, co i kto będzie mógł prezentować w galerii.

7. **DZIAŁANIE (ok. 300 słów)**

- Na czym konkretnie polega pomysł?
- Co i/lub jakie działania i w jakiej kolejności (krok po kroku) obejmuje?

a) Pomysł polega na zamianie przejścia podziemnego w galerię sztuki oraz neonów z nazwami dzielnic miasta przylegającymi do morza (Babie Doły, Oksywie, Śródmieście, Kamienna Góra, Wzg. Św. Maksymiliana, Redłowo, Orłowo). Wybór dzielnic podyktowany jest kwestią finansową (koszt jednego neonu to ok. 1000-2000 zł). Zdecydowano się na dzielnice graniczące z Zatoką Pucką, ponieważ pasuje to do ogólnego wizerunku Gdyni jako „Miasta z morza i marzeń”. Utworzenie galerii zakłada przedstawianie różnych rodzajów sztuki, wykonanych przez dwie grupy twórców:

1) lokalnych artystów (teren Trójmiasta oraz Kaszuby), których dzieła dzięki temu, będą mogły dotrzeć do szerszej widowni. Prace prezentowane na stronie <https://www.gdynia.pl/>, gdzie mieszkańcy co miesiąc mogliby oddać głos na artystę, którego sztukę chcieliby oglądać w przejściu w danym miesiącu. Dzięki temu mieszkańcy będą mogli się czuć współtwórcami.

2) lokalnej społeczności (przeźren z dużym płótnem), gdzie co miesiąc wybrana grupa będzie mogła stworzyć obraz lub grafikę informującą resztę mieszkańców o swoich działaniach lub po prostu stanowiącą wyraz artystyczny swoich poglądów, problemów. Proponowane grupy: np. urzędnicy Miasta Gdynia, młodzież z domów dziecka, młodzież z MDK, seniorzy, Rady Dzielnic.

b) Działania:

1. Kontakt z Urzędem Miasta – zorientowanie się jakiego rodzaju pozwolenia oraz obostrzenia wynikają z wykorzystania przestrzeni przejścia podziemnego.

2. Projekt rozmieszczenia neonów oraz miejsc na obrazy, płaskorzeźby.

3. Kontakt z lokalnymi artystami w sprawie zainteresowania wzięciem udziału w projekcie.

4. Zamówienie neonów z nazwami dzielnic.

5. Organizacja, z pomocą urzędników miejskich, głosowania na „Artystę / Artystów miesiąca”.

6. Kontakt z lokalnymi grupami oraz instytucjami, które mogłyby być zainteresowane stworzeniem dzieła z przekazem o swojej działalności.

7. Montaż neonów oraz instalacji elektrycznej potrzebnej do ich zasilania. Montaż szyn, do których można by przymocowywać obrazy.

8. Uroczyste otwarcie

8. **INTERESARIUSZE (ok. 100 słów).**

- Do jakiej konkretnie grupy docelowej – odbiorców i uczestników – skierowany jest pomysł? (np. młodzież w wieku od ... do ..., seniorzy, matki z dziećmi, osoby z niepełnosprawnościami)
- Komu pomoże rozwiązanie i ile osób może na nim skorzystać?
- Komu może przeszkadzać?
- Czy jest sposób, aby wszystkie strony były zadowolone?

- a) Pomysł skierowany jest do wszystkich osób, które korzystają z przejścia podziemnego. Jest to jeden z głównych węzłów komunikacyjnych w centrum Gdyni (łączy przystanek SKM Wzgórze z przystankami autobusowymi oraz centrum handlowym Riviera).
- b) Rozwiązanie będzie korzystne dla trzech grup odbiorców:
1. Osoby które na co dzień korzystają z przejścia podziemnego w czasie swojej komunikacji do pracy, szkoły, w drodze na zakupy. Dzięki uczynieniu przestrzeni bardziej przyjaznej dla odbiorców, mogą się oni poczuć bezpieczniej.
 2. Osoby przyjezdne, turyści. Taki rodzaj mniej standardowych działań miejskich oraz sztuki miejskiej przyciąga turystów oraz wzbudza zainteresowanie mieszkańców miasta, którzy na co dzień, nie korzystają z danego obszaru miasta.
 3. Artyści, którzy będą mieli szansę zaprezentować się szerszej publiczności.
- c) Osobom, nie lubiącym zmian.
- d) Pomysł jest mało inwazyjny. Nie uważam, żeby mógł wywołać duże niezadowolenie społeczne.

9. BUDŻETOWANIE

Budżetowanie wypełnia się w oparciu o własne doświadczenie i rozeznanie pomysłodawcy. Szacunkowy budżet to **30 000 zł brutto**.

- a) Jak najefektywniej zabudżetować realizację pomysłu?
- b) Na jakie konkretne działania (w kolejności zakładanej realizacji) potrzebne są środki?
- c) Czy i jakie działania mogą być zrealizowane w ramach wolontariatu i/lub innej formy zaangażowania społecznego?
- d) Kto i jak może dodatkowo wesprzeć finansowo realizację pomysłu?
- e) Znasz kreatywne rozwiązania, które pozwolą zmniejszyć koszt realizacji pomysłu?

Części składowe / Działania	Koszt działania	Środki finansowe i inne formy finansowania lub wkładu niefinansowego
Projekt oraz zakup neonów	20 000 zł	Środki z budżetu obywatelskiego
Zakup szyn potrzebnych do montażu obrazów	5 000 zł	Środki z budżetu obywatelskiego
Montaż elementów oraz podłączenie potrzebnej instalacji elektrycznej	10 000 zł	Środki z budżetu obywatelskiego
Dzieła sztuki	nieznany	Wkład własny artystów oraz
Marketing i informacja publiczna o projekcie	1 500 zł	Środki z budżetu obywatelskiego

10. ZAANGAŻOWANIE (ok. 100 słów):

- a) Jak chcesz i możesz pomóc w realizacji pomysłu? (np. wkład sponsorski, wolontariacki, własny, rzeczowy, crowdfunding, crowdsourcing, etc.)
- b) Kto jeszcze w mieście może wdrożyć lub wesprzeć pomysł/rozwiązanie?
- c) Jakie grupy osób w mieście mogą być potencjalnie zaangażowane w realizację pomysłu?
- d) Jak do nich dotrzeć i jak przekonać do zaangażowania w realizację?

- a) Bardzo chętnie zaangażuję się w projekt, poprzez wyszukiwanie grup społecznych oraz lokalnych artystów, chętnych do wystawiania swoich prac w przestrzeni przejścia podziemnego. Pozostała część pracy związanej z projektem jest wg mnie w dużej mierze pracą administracyjną, która zostanie wykonana przez urzędników miejskich.
- b) Urząd Miasta, TrafficDesign, UrbanLab, ASP w Gdańsku, Liceum Plastyczne w Gdyni
- c) Celem projektu jak zaangażowanie jak największej liczby mieszkańców.
W małym stopniu: poprzez głosowanie internetowe na „Artystę/ Artystów” miesiąca
W sposób pośredni: poprzez odbiór wystaw zaprezentowanych w przejściu podziemnym
W sposób bezpośredni: poprzez wystawianie swoich gotowych dzieł lub poprzez tworzenie obrazów na miejscu.
- d) Informacje na stronie gdynia.pl, informacje na Facebooku, plakaty w środkach transportu komunikacji miejskiej.

11. REALIZACJA (ok. 100 słów)

- a) Kiedy i jak długo może działać rozwiązanie?
- b) Czy pomysł ma charakter jednorazowy, seryjny, ciągły, związany z porą roku i/lub jego realizacji uzależniona jest od innych warunków – jakich?

a) Pomysł powinien na stałe wpisać się w krajobraz Śródmieścia miasta Gdyni. Stać się symbolem sztuki miejskiej oraz kreatywności jej mieszkańców. Tym bardziej, że galeria będzie miała charakter zmienny, a więc nigdy nie znudzi się odbiorcom.

b) Pory roku nie mają dużego wpływu na realizację projektu. Wiadomo jednak że w okresie letnim, projekt będzie miał więcej odbiorców, ze względu na wzmożoną aktywność społeczną w okresie wakacji oraz odwiedzających nasze miasto turystów.

12. ZMIANA (ok. 100 słów)

- a) Jak Twój pomysł może zmienić Gdynię w obszarze rozwoju społeczeństwa obywatelskiego potencjale społeczności lokalnych do rozwiązywania problemów?

Myślę, że pomysł może pomóc mieszkańcom poczuć większą odpowiedzialność za przestrzeń wspólną. Obszar przejścia podziemnego pozostaje zazwyczaj w naszym odczuciu „przestrzenią niczyją”. W momencie gdy ktoś zaangażuje się w tworzenie tej przestrzeni, chociażby w tak małym stopniu jak głosowanie internetowe na konkretnych artystów i projekty, które będzie można obejrzeć w galerii w poszczególnych miesiącach, poczuje większą odpowiedzialność oraz przywiązanie do inicjatywy. Mam nadzieję, że wywoła to zmianę, która zapoczątkuje większą chęć współuczestnictwa w innych obszarach przestrzeni miejskiej.

POMYSŁODAWCZYNI: Monika Chojnacka